

# **STRATEGI PEMERINTAH DAERAH DALAM MENINGKATKAN INVESTASI DI KABUPATEN CIREBON TAHUN 2015**

**MEGA DAYANA PUTRI**

**(DEPARTEMEN POLITIK DAN PEMERINTAHAN FISIP UNDIP,  
SEMARANG)**

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bermaksud mengidentifikasi bagaimana strategi pemerintah daerah dalam meningkatkan investasi di Kabupaten Cirebon Tahun 2015. Tipe penelitian ini kualitatif-deskriptif, sumber data berasal dari data primer. Penetapan informan dilakukan melalui metode *snowball sampling* dengan menentukan dua jenis informan. *Pertama*, pihak pemerintah yang terdiri dari Bupati, DPRD, BPPT, dan BAPPEDA Kabupaten Cirebon. *Kedua*, pengusaha atau investor di Kabupaten Cirebon. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan dua metode yaitu wawancara dan observasi. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi dengan menggunakan proses siklus.

Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat empat strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Cirebon untuk menarik investasi. Keempat strategi itu adalah *image*, *attraction*, *insfrastructure*, dan *people marketing*. Secara keseluruhan strategi yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Cirebon berjalan dengan baik, hal ini ditempuh untuk menyejahterakan masyarakat. Tetapi, hasilnya belum optimal atau belum berhasil karena belum terdapat kepastian dan kejelasan aturan hukum mengenai penanaman modal serta perizinan. Selama ini proses pengurusan perizinan secara birokratis dirasa sangat rumit. Strategi yang telah dilakukan pemerintah hanya tampak pada peningkatan realisasi investasi, tetapi tidak berdampak signifikan terhadap pembangunan daerah dan masyarakat secara merata.

Kata kunci : strategi, pemerintah daerah, peningkatan investasi.

# **THE GOVERNMENT'S STRATEGIES TO INCREASE INVESTMEN IN THE REGENCY OF CIREBON 2015**

**MEGA DAYANA PUTRI**

**(DEPARTMENT OF GOVERNMENT SCIENCE, FACULTY OF SOSIAL  
AND POLITICAL SCIENCE, DIPONEGORO UNIVERSITY,  
SEMARANG)**

## ***ABSTRACT***

This study intends to identify how local governments strategies to increase investments at the Regency of Cirebon in 2015. This research is qualitative-descriptive research, the data have derived from primary sources. To determine informants is executed by snowball sampling method, it intends to determine two types of them. *First*, the government elements that consists of regent, parliament, BPPT, and BAPPEDA of Cirebon. *Second*, businessman or investors in Cirebon. For collecting data purposes, the researcher used two method, they are interview and observation method. Data processing techniques consists of data reduction, data presentation, conclusions, and verification, they are executed by a cyclic process.

The research result shows that there are four strategies carried out by the Government of Cirebon to attract investments, they are image marketing, attraction marketing, insfrastructure marketing, and people marketing. The four strategies are running smoothly, it is conducted due to social welfare purposes. However, the results have not yet successfully optimal because none of certainty and clarity rules of the law regarding investment and licensing. This bureaucratic process is considered very complicated. The strategies are only looked at the investment realization, but it does not have significant impact on regional and community development equally.

**Keywords:** regional strategies, local government, investment

## **1. Pendahuluan**

Penanaman modal atau investasi sudah diketahui bahwa memiliki peran penting bagi kemajuan sebuah Negara atau daerah. Hal ini dikarenakan investasi merupakan salah satu sektor yang dapat dijadikan sebagai andalan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan adanya investasi turut membentuk jalannya kegiatan perekonomian sehari-hari. Perkembangan investasi di suatu daerah merupakan salah satu indikator kemajuan pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Investasi yang dilakukan secara tepat dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Daerah dapat merealisasikan visi dan misi serta rencana-rencana pembangunan wilayah dengan menggerakkan kehadiran industri-industri andalan maupun kegiatan produksi dan perdagangan. Kegiatan investasi ini kemudian akan mendorong dan membantu pengembangan kegiatan ekonomi daerah. Penanaman modal yang dilakukan oleh investor menjadi salah satu faktor yang meningkatkan ekonomi daerah. Peluang-peluang ekonomi yang tersedia kini semakin besar dan ini merupakan tantangan dalam perubahan-perubahan yang begitu cepat. Namun, semua ini sangat tergantung kepada kemampuan pemerintah daerah dalam berpikir, bersikap, bertindak kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan peluang-peluang tersebut.

Tidak hanya kota-kota besar yang melakukan upaya pengembangan investasi, namun kota-kota kecil juga berkompetisi untuk meningkatkan ekonomi melalui investasi karena dengan datangnya investasi maka daerah memperoleh pendapatan. Demikian halnya dengan geliat atmosfer investasi di Kabupaten Cirebon yang semakin kian terasa. Berbagai pembangunan sudah marak dilakukan di beberapa sektor seperti properti, wisata, perhotelan, kuliner dan lain sebagainya. Potensi investasi di Kabupaten Cirebon memiliki prospek menguntungkan karena banyak potensi daerah di berbagai sektor yang dapat diolah dan dikembangkan.

Kabupaten Cirebon merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Barat bagian timur yang mempunyai potensi untuk dapat berkembang karena tempatnya yang strategis. Sebagian wilayah Kabupaten Cirebon terletak di sepanjang pantai laut Jawa, sebagian lagi berada di daerah perbukitan sehingga mempunyai keberagaman karakteristik. Hal ini merupakan suatu modal untuk kemajuan daerah. Disini pengaruh pembangunan dan modernisasi berdampak jelas terhadap perubahan kehidupan politik, ekonomi, sosial, budaya serta pertahanan, dan keamanan, serta Kabupaten Cirebon merupakan pintu gerbang memasuki wilayah Provinsi Jawa Tengah.

Investasi di Kabupaten Cirebon dari tahun 2010 hingga 2015 mengalami fluktuatif, hal tersebut didasarkan data yang tercatat di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT) Kabupaten Cirebon (Tabel 1.1).

**Tabel. 1**  
**Perkembangan Investasi di Kabupaten Cirebon**

No	Tahun	Target (Rp.)	Realisasi (Rp.)
1	2010	340.000.000.000,00	586.211.748.059,00
2	2011	560.000.000.000,00	4.638.868.289.995,00
3	2012	625.000.000.000,00	1.020.717.768.218,00
4	2013	687.500.000.000,00	744.765.269.300,00
5	2014	756.250.000.000,00	545.707.400.000,00
6	2015	853.192.492.026,00	12.475.115.689.150,00

*Sumber : BPPT Kabupaten Cirebon, 2015*

Dengan melihat data dari tabel 1, disimpulkan bahwa pada tahun 2015 realisasi investasi naik secara tajam sebesar 21,86% mencapai angka Rp. 12.475.115.689.150,00 Dari data yang ada. Pemerintah Kabupaten Cirebon terus berupaya untuk meningkatkan penanaman modal atau investasi di daerahnya dengan beberapa startegi yang ampuh untuk menarik minat investor dalam menanamkan modalnya di Kabupaten Cirebon agar pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat daerah mampu bersaing dengan daerah lain di sekitar Kabupaten Cirebon.

Untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam peningkatkan investasi di Kabupaten Cirebon memerlukan beberapa strategi yang dilakukan pemerintah. Maka dari ini peneliti akan membahas lebih lanjut mengenai **“Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Cirebon Dalam Meningkatkan Investasi Tahun 2015”**

## **2. Metode Penelitian**

### **2.1 Teori**

#### **2.1.1 Strategi**

Strategi telah diakui sebagai salah satu faktor penentu utama keberhasilan atau kegagalan kinerja. Dalam pencapaian tujuan pemerintah untuk meningkatkan investasi daerah diperlukan strategi pemerintahan, dimana pemerintah sering menggunakan kekuatannya dengan politik kekuasaan. Untuk mengetahui bagaimana pemerintah daerah mempunyai strategi khusus untuk meningkatkan investasi daerah dapat dilihat melalui komponen pokok strategi pemerintahan dan dikaitkan dengan investasi daerah (Mulgan,2009:19), yaitu: tujuan (*purposes*) bagaimana tujuan pemerintah dalam investasi daerah, lingkungan (*environmets*)bagaimana lingkungan daerah baik dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal, pengarahan (*directions*)bagaimana pengarahan yang dibuat oleh kepala daerah dalam mencapai tujuannya, aksi (*action*)apakah semua yang dibuat telah dijalankan sesuai dengan tujuan awal, dan belajar (*learning*)jika masih ada kekurangan belajarliah dari kesalahan. Dari komponen tersebut terdapat dua sumber daya utamayang diperlukan untuk proses desain dan eksekusinya adalah kekuasaan (*power*) dan ilmu pengetahuan (*knowledge*).

### **2.1.2 Investasi**

Teori Investasi adalah teori permintaan modal. Investasi adalah menempatkan uang menjadi sesuatu dengan harapan laba. Dilihat pula dalam praktek strategi untuk menarik investasi, orang, dan industri ke suatu daerah (Kuncoro,2004:291), yaitu: (1) *Image Marketing*, image (citra) adalah sejenis kepercayaan, ide, dan ekspresi yang dimiliki orang terhadap suatu daerah. (2) *Attraction Marketing*, Aktrasi (daya tarik) merupakan alasan penting untuk wisatawan, investor, dan modal datang ke suatu tempat. (3) *Infrastructure Marketing*, infrastruktur merupakan dasar utama dalam memasarkan daerah. (4) *People Marketing*, strategi memasarkan daerah yang lain adalah memasarkan orang. Bentuk pemasaran orang dapat dilakukan melalui orang-orang terkenal, pemimpin daerah, orang-orang kompeten, dan sikap masyarakat.

## **2.2 Metoda**

Pada penelitian strategi pemerintah daerah dalam meningkatkan investasi di Kabupaten Cirebon tahun 2014, menggunakan tipe penelitian kualitatif-deskriptif. Dengan metode pendekatan tersebut dimaksudkan agar dapat memahami dan mengidentifikasi. Situs penelitian ini di Pemerintahan Kabupaten Cirebon yang meliputi instansi Badan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPT) Kabupaten Cirebon serta Badan Perencanaan Pembangunan (BAPPEDA) Kabupaten Cirebon. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penetapan informan dilakukan

melalui metode *snowball sampling* dengan menentukan dua jenis informan. *Pertama*, pihak pemerintah yang terdiri dari Bupati, DPRD, BPPT, dan BAPPEDA Kabupaten Cirebon. *Kedua*, pengusaha atau investor di Kabupaten Cirebon. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan dua metode yaitu wawancara dan observasi. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi dengan menggunakan proses siklus.

### **3. Hasil Penelitian**

#### **3.1 Kondisi Investasi Kabupaten Cirebon Tahun 2015**

Kondisi investasi di Kabupaten Cirebon dari tahun ke tahun mengalami fluktuatif dikarenakan investor yang masuk tidak menentu, angka realisasi naik karena adanya pembangunan fisik infrastruktur seperti jalan dan industri listrik. Menurut data laporan pengembangan realisasi investasi Kabupaten Cirebon Tahun 2015 melalui BPPT adanya pemasukan terbesar di sektor Listrik, Gas dan Air Bersih yang senilai Rp.12.193.950.000.000 kemudian industri pengolahan senilai Rp. 153.893.234.400.00 data tersebut dapat dilihat dari tabel 3.2. Berikut tabel 2 Realisasi Investasi Kabupaten Cirebon tahun 2015.



**Tabel 2**  
**Realisasi Investasi Kabupaten Cirebon Tahun 2015**

NO	SEKTOR	TAHUN 2015
		Januari-Desember
1	Pertanian	1.725.000.000
2	Pertambangan / Penggalian	7.066.000.000
3	Industri Pengolahan	153.893.234.400
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	12.193.950.000.000
5	Konstruksi	21.159.103.250
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	46.167.600.000
7	Pengangkutan dan Komunikasi	1.650.000.000
8	Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan	37.034.751.500
9	Jasa-Jasa	12.270.000.000
10	Lain-Lain	200.000.000
	<b>Realisasi</b>	<b>12.475.115.689.150</b>
	<b>Target</b>	<b>853.192.492.026</b>
	<b>Prosentase (%)</b>	<b>1.462,17</b>
	<b>Jumlah Investor</b>	<b>337</b>
	<b>Luas Lahan M<sup>2</sup></b>	<b>1.065.900</b>
	<b>Tenaga Kerja Indonesia</b>	<b>1.798</b>

Sumber: BPPT, Kabupaten Cirebon 2015

Pemerintah Kabupaten Cirebon menjelaskan bahwa adanya investor tahun 2015 ini berkaitan dengan rencana pembangunan PLTU yang memang baru sampai dengan IMB (Izin Mendirikan Bangunan) dikarenakan RTRW (Rencana Tata Ruang dan Wilayah) Kabupaten Cirebon belum selesai di revisi.

### 3.2 Strategi Pemerintah Kabupaten Cirebon

Investasi di Kabupaten Cirebon dengan melihat dari *image marketing*, *attraction marketing*, *insfrastructure marketing*, dan *people marketing*. Jika dilihat dari aspek yang pertama *image marketing* atau citra,

Kabupaten Cirebon telah melakukan cara-cara bagaimana memasarkan daerahnya dengan mengikuti pameran promosi, mengembangkan potensi investasi yang ada dengan bekerjasama dengan masyarakat setempat. Tetapi Kabupaten Cirebon belum memiliki kepastian hukum yang jelas terkait penanaman modal. Aspek yang kedua *attraction marketing* atau daya tarik, Kabupaten Cirebon memiliki daya tarik yang telah ada dengan melihat sumber daya alam serta buatan manusia, seperti produk unggul pertanian mangga gedong gincu yang telah di ekspor ke luar negeri serta bangunan historis objek wisata religi makam sunan gunung jati yang telah menjadi fenomenal di daerah Kabupaten Cirebon.

Dari aspek yang ketiga *insfrastructure marketing* yang perlu ditekankan dalam mempromosikan infrastruktur yaitu aksesibilitas dan kualitas infrastruktur, Kabupaten Cirebon telah memiliki aksesibilitas seperti Kabupaten Cirebon Berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah, berada di pantai Utara Jawa, menjadi lintasan Jalan Tol, dilalui jalur kereta api menuju kota besar seperti, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Jogjakarta. Kabupaten Cirebon juga telah cukup dalam kualitas infrastruktur seperti sarana-prasarana (Kesediaan lahan, tersedianya tenaga kerja, dan keamanan). Aspek yang ke empat *people marketing* adalah cara seseorang yang melakukan pemasaran melalui orang-orang terkenal, pemimpin daerah, orang-orang berkompeten, dan sikap masyarakat. Bupati Cirebon membuat strategi dengan cara mengadakan pertemuan yang dilakukan untuk pendekatan terhadap investor serta sikap masyarakat local

yang terkenal ramah menjadi salah satu bentuk pemasaran. Tetapi terkendala dengan proses perizinan yang dilakukan aparaturnya Negara masih dikatakan kurang memuaskan dan berbelit-belit.

**Tabel 3**  
**Hasil Temuan Strategi Untuk Menarik Investasi**  
**di Kabupaten Cirebon**

NO	STRATEGI	HASIL TEMUAN
1	Image Marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi Investasi <ul style="list-style-type: none"> <li>Menghadiri pameran investasi</li> </ul> </li> <li>Pemerintah Kabupaten Cirebon melakukan cara untuk pengembangan Investasi</li> <li>Terkenal dengan Slogan Kabupaten Cirebon (Batik Mega Mendung Cirebon)</li> <li>Belum adanya kepastian hukum mengenai penanaman modal</li> </ol>
2	Attraction Marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sumber Daya Alam <ul style="list-style-type: none"> <li>Produk Unggul Pertanian (Mangga Gedong Gincu)</li> </ul> </li> <li>Buatan Manusia <ul style="list-style-type: none"> <li>Bangunan historis (objek wisata religi makam Sunan Gunung Jati)</li> </ul> </li> </ol>
3	Infrastruktur Marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Aksebilitas <ul style="list-style-type: none"> <li>Kabupaten Cirebon Berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah</li> <li>Kabupaten Cirebon berada di pantai Utara Jawa Kabupaten Cirebon</li> </ul> </li> </ol>
4	People Marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pertemuan pemimpin daerah (BUPATI) dengan investor</li> <li>Sikap masyarakat lokal yang terkenal ramah</li> <li>Kualitas aparaturnya Negara dalam proses perizinan kurang memuaskan</li> </ol>

#### 4. Kesimpulan

Strategi pemerintah daerah dalam meningkatkan investasi di Kabupaten Cirebon Tahun 2015 dengan melihat empat aspek strategi untuk menarik investasi bahwa pemerintah Kabupaten Cirebon sudah melaksanakan strategi dari empat aspek yaitu *image marketing*, *attraction marketing*, *insfrastructure marketing*, dan *people marketing*. Secara keseluruhan strategi yang dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Cirebon sudah dilakukan sebaik mungkin demi kesejahteraan masyarakat. Tetapi, hasil strategi yang di lakukan Pemerintah Kabupaten Cirebon belum optimal atau belum berhasil. Hal ini dikarenakan belum adanya kepastian hukum yang menjelaskan mengenai penanaman modal serta masih adanya perizinan yang diurus di instansi teknis dan birokrasi yang berbelit-belit. Strategi yang dilakukan pemerintah Kabupaten Cirebon hanya terlihat jelas dari angka kenaikan realisasi investasi yang meningkat tetapi tidak berdampak signifikan terhadap daerah dan masyarakat secara merata.

#### Daftar Pustaka

- Adisasmita, Rahardjo, 2011, *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Bryson, John M. 2007. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kuncoro, Mudrajat. 2004. *Otonomi dan Pembangunan Daerah (Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang)*. Jakarta: Erlangga.
- RPJMD Kabupaten Cirebon Tahun 2014-2019.
- Selayang Pandang Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Cirebon Tahun 2015.

<http://bppt.cirebonkab.go.id> diakses pada tanggal 25 Desember 2015 pukul 10.05 WIB

<http://cirebonkab.go.id> diakses pada tanggal 25 Desember 2015 pukul 10.10 WIB

<http://fajarnews.com> diakses pada tanggal 10 Agustus 2016 pukul 19.00 WIB

<http://okezone.com> diakses pada tanggal 10 Agustus 2016 pukul 19.10 WIB